كيف تسوق كتابك عالميًا؟

- التفكير التقليدي للتسويق
- المعوقات
- التجارب الدولية
- الأدوات
- أفضل الممارسات
- الطباعة الرقمية
- الطباعة بحسب الطلب
- بيع الحقوق
- التسويق الإلكتروني
- الطباعة المتزامنة
- تسويق المؤلفين







المعوقات الخاصة بتوزيع الكتب

- اختيار الموزع المناسب
- ارتفاع سعر الكتاب
- توفير المعلومات المتعلقة بالكتاب
- قرصنة الكتب
- سوء العلاقات بين الناشرين والموزعين
- الخصائص الفنية للكتاب
- سوء المواصفات الفنية والمهنية للكتاب
- عدم رعاية الناشر للكتاب والمؤلف













2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

التجارب الدولية الخاصة بتوزيع الكتب

- المنح الكامل للتوزيع
- إعادة التوزيع
- تحديد دورة تجارية للكتاب
- المساهمة في التسويق مع الموزع
- الطبعات الشعبية الرخيصة
- إعادة التدوير
- تحديد نسبة الربح التناقصية
- استبدال الطبعات عند التجديد




2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

التجارب الدولية الخاصة بتوزيع الكتب 1

- منح الموزع حق الطباعة
- منح خصم إضافي للموزع
- تحمل تكاليف الشحن
- المساهمة في تكاليف المؤتمرات والفعاليات
- إلزام المؤلف بالعقد بعدد معين من الفعاليات
- مراعاة تكاليف المعيشة في مختلف الأسواق
- عروض ذات جاذبية عالية
- مراعاة طلبات الموزع بالمواصفات









من أنا؟

- محمد بن عبدالله الفريح
- بكالوريوس في المكتبات والمعلومات ١٩٨٩م
- مدير إدارة النشر والترجمة شركة العبيكان للتعليم منذ ٢٠٠٩ م
- خبرة في مجال الكتب والنشر منذ عام ١٩٩٠ م.
- مدير تحرير مجلة فكر الإلكترونية
- مؤلف خمسة كتب
- أربعة كتب قيد النشر
- ١٨ مقالًا وبحثًا علميًا









2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

مغامرة واكتشاف ثم إدراك

حرر عقلك والباقي سيأتي تباعًا.

إن فوج



أركان متعددة

- التأليف
- النشر
- الطباعة
- التوزيع
- التسويق





I S B N

الرقم الدولي المعياري للكتاب

ISBN 978-3-16-148410-0

9 783161 484100






كيف أحصل على رقم دولي معياري
How to Get an ISBN Number

International Organization for Standardization

www.kfnl.org.sa

AMAZON

LULU

بعض المواقع الخاصة

المكتبات الوطنية داخل كل دولة





QR

Quick Response code

مصفوفة الشفرات الخيطية أو الباركود (أو الرمز الثنائي الأبعاد)

7000 حرف

شركة دنسو التابعة لشركة تويوتا

معلومات تفصيلية عن الكتاب والناشر

خلف الكتاب

رمز الاستجابة السريع










اختيار الناشر

- الصدق والأمانة
- السمعة
- عقد واضح الفقرات
- استخدام نظام واضح للمبيعات
- شبكة توزيع جيدة
- ناشرٍ متطور تقنيًّا ويبيع ضمن منصات البيع الإلكتروني
- طلب تقرير سنوي للمبيعات في العقد

هل بإمكاني تسجيل حقوق المؤلف؟

المؤلف تُكتسب تلقائيًّا دون تشير اتفاقية برن إلى أن الحماية بمقتضى حق الحاجة إلى التسجيل أو غير ذلك من الإجراءات. غير أن بعض المكاتب الوطنية لحق المؤلف والقوانين ذات الصلة تنص على تسجيل المصنفات. ويسهم ذلك، مثلًا، في تيسير المسائل التي تنطوي على نزاعات على الملكية أو الإبداع، والصفقات المالية والمبيعات وحالات التنازل عن الملكية ونقل الحقوق.





2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

أنواع المصنفات المشمولة بحق المؤلف

- اللوحات الزيتية
- الأفلام
- قواعد البيانات
- البرامج الحاسوبية
- مصنفات الهندسة المعمارية
- المنحوتات
- الإعلانات
- الصور الشمسية
- الخرائط الجغرافية
- الرسوم التقنية
- المصنفات المرجعية
- المسرحيات
- الروايات
- قصائد الشعر
- الصحف
- القطع الموسيقية
- تصاميم الرقصات
- الرسوم

أنواع مصنفات قد تكون مشمولة بحق المؤلف

- الشعارات
- العناوين
- الجمل القصيرة
- الأسماء

خدمة الفسح الإعلامي والإيداع النظامي

فسح مبدئي للكتاب

طباعة

شهادة إيداع

فسح نهائي

وزارة الإعلام إدارة المطبوعات الرقابة العربية

مكتبة الملك فهد الوطنية - إدارة الإيداع النظامي






أهم المعايير وأفضل الممارسات فى تسويق الكتب











2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

العنوان التسويقي

- اختيار عنوان يجب أن يخضع لمعايير التسويق العالي الكفاءة بالدرجة الأولى
- التعبير
- الغموض
- عدم المباشرة
- لفت الانتباه
- الرمزية
- ومن أبرز ملامح هذه الطريقة الابتعاد عن النمطية باختيار العناوين بشكل جذري

<u>مثال:</u> كتاب ابدأ بالأهم ولوكان صعبًا ـ التهم هذا الضفدع.

http://www.ghrib.net/vb/showthread.php






2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

العنوان الشارح التسويقي

- من الضروري أن يكون هناك عنوان شارح تسويقي مشوق يضطر معه القارئ إلى سبر أغوار هذ الكتاب
- قليل العبارات
- دقيق التوصيف
- ليكون أكثرٍ جذبًا وتشويقًا
- ولكي تتأكد من دقة وصف العنوان الشارح يمكن عرضه علىٍ بعض أصدقائك مستقلًا عن العنوان وطلب رأيهم فيه
- فإن استطاعوا معرفة موضوع الكتاب من خلاله تكون قد حققت الهدف مباشرة من هذا الاختيار





SDL_SA SDLKSA SDL_SA SDLKSA

مثال: حبة القيادة : المكون المفقود فى تحفيز الموظفين هذه الأيام

WWW.nooonbooks.com/applied-science-technology










2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

الغلاف التسويقي

موضوع تصميم غلاف الكتاب مربط الفرس في العملية التسويقية للكتب

تصميم الغلاف يشكل ما نسبته ٦٢% من أسباب تسويق الكتاب

شركة McGraw Hill للنشر تعمل ٣٦ تصميمًا لغلاف الكتاب الواحد يقوم بها ١٢ مصممًا بواقع ٣ أغلفة لكل مصمم

ومن ثم يتم الفرز بينها لاختيار الأنسب تسويقيًّا

وفي حال الاختلاف مع المؤلف يُحال موضوع الاختيار للاستفتاء مع القارئ

الابتعاد عن الانطباع الشخصي والذوق الفردي

يخضع الأمر للقناعة الشخصية البحتة أكثر من المنهج العلمي، وذلك ما يفقد الكتاب الكثير من فرص البيع




مثال: من القلب إلى القلب فن خدمة الآخرين
http://www.nooonbooks.com






النبذة التسويقية

تُعدّ النبذة الخاصة بالكتاب أمرًا مهمًا للغاية في التعريف بالكتاب والتسويق له

خلال ما يقارب ١٥٠ إلى ٢٥٠ كلمة تكون شاملة ووافية عن الكتاب

كتابة هذه النبذة يجب أن تكون على يد محترف بالكتابة التسويقية للكتب

يجب أن يكون مطلعًا ومدركًا لمحتوى الكتاب

أن يضمن النبذة ما يغري القارئ، ويجذبه لاقتناء الكتاب وقراءته

أمر لا مفر منه اليوم لزيادة التعريف بالكتاب ونشره وبثه عبر مواقع التسويق المختلفة

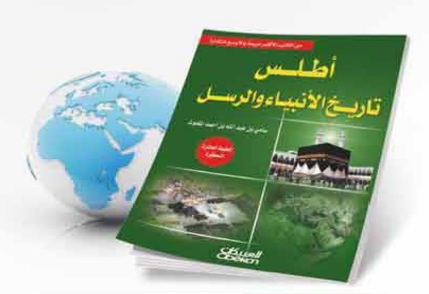
توفر على القارئ الوقت والجهد لقراءة ملخص عن الكتب يغنيه عن تقليبه وأخذ وقت لأخذ قرار الشراء من عدمه

جميع دور النشر العالمية لديها نبذ تعريفية مكتوبة على أيدي محترفين في التسويق التعريفي، وبدأت بعض دور النشر العربية التي تعمل بمعايير عالمية بأخذ هذا النهج في التسويق



العنوان	أطلس تاريخ الأنبياء والرسل
المؤلف	سامي بن عبد الله المغلوث
تاريخ الإصدار	٢٠٠٩م
رقم الطبعة	العاشرة
نوع التجليد	كرتوني
عدد الصفحات	٣٢٠
التخصص	قصص الأنبياء - أطالس
ردمك	٩٧٨-٩٩٦٠-٥٤-٧١٢-١
ديوي	٢٢٩,٥٠٢٢
رقم الإيداع	١٤٣٠/٢٥٥٣
رقم الصنف	٦٠٠٠٣٠١

Title	Atlas of the History of Prophets and Messengers
Author	Sami A. Al-Maghlouth
Publishing date	2009 G
Edition	Tenth
Binding	hard cover
Number of pages	320
Subject	Stories of the Prophets – Atlases
ISBN	978-9960-54-712-1
DDC	229,5022
KFNL Code	1430/2553
Obeikan ID	6000301



نبذة عن الكتاب About This Book

من ضمن مجموعة الأطالس المتخصصة التي وضعها سامي المغلوث، أطلس الأنبياء والرسل الذي يعنى برسم خرائط دقيقة توضح أماكن انبعاث الرسالات وحياة الرسل، يتحدث المؤلف في مقدمته عن علم الخرائط وبداياتها، وانبهار الإنسان بالكون وتولد الحس الجغرافي لديه، والذي تمخض عنه تمثيل هذه الظواهر الجغرافية باستخدام وسائل بدائية كالنحت في الصخور أو الرسم على جدران الكهوف، أو رسم بعض المعالم الخاصة بالطرق والاتجاهات والمسافات، ووصوله إلى الرواد العرب الذين حولوه إلى علم حقيقي كالإدريسي وابن ماجد النجدي والصفاقسي وياقوت الحموي وغيرهم.

ويتفرد الأطلس عن معظم الأطالس التاريخية التي تناولت التاريخ القديم والحضارات السابقة باهتمامه بدور الأنبياء والرسل في الدعوة إلى الله. ويتناول المفهوم الإسلامي عن الكون والإنسان والتعريف بالأنبياء والرسل الذين ذكروا في القرآن الكريم بلغة مقنعة معاصرة، وذلك من خلال استخدام الوسائل الضرورية للمتعلم من خرائط وصور ورسومات وجداول وشروح، وكان بذلك أول (أطلس تاريخي) يضع بين يدي القارئ حقائق التاريخ القديم ودور الأنبياء والرسل في صنع أحداثه.

Among the atlases collated by Dr. Al-Maghlouth is the Atlas of Prophets and Messengers which places accurate maps that clarify the location of revelation of each message and the life of each prophet. In the introduction, the author gives a briefing on the mapping science and its emergence. He also describes man's dazzle with the universe and the beginning of the geographical understanding which led to simulating the geographical phenomena by primitive means such as carving rock; drawing on cave walls; or drawing some landmarks especially for roads, directions and distances. Then comes the role of the Arab pioneers in this science. such as Al-Idrissi, Ibn Majid Al-Najdi, Sufaqisi, Yaqout Al-Hamwi, etc.

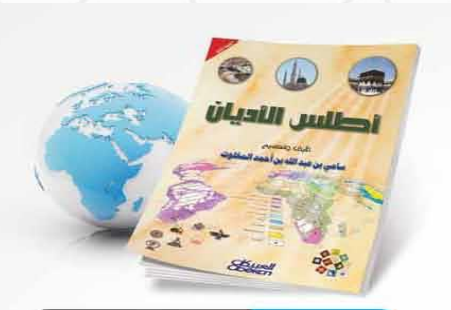
The Atlas differs from most of the other atlases that tackled the old history and the previous civilizations in that it concentrates on the roles of prophets and messengers in their call for the religion of Allah. It exploits the Islamic perception on the universe and mankind, and introduces prophets and messengers whose names are mentioned in the Holy Quran in modern educational techniques. He uses the means that are needed for learners, including maps, pictures, drawings, tables, captions, etc. As such, it has been the first historical atlas that provides the reader with clarifications of the old historical facts and the roles of prophets and messengers in manipulating its events.





العنوان	أطلس الأديان
المؤلف	سامي بن عبدالله المغلوث
تاريخ الإصدار	٢٠٠٩م
رقم الطبعة	الثانية
نوع التجليد	كرتوني
عدد الصفحات	٦٨٤
التخصص	الديانات - أطلس
ردمك	٩٧٨-٩٩٦٠-٥٤-٧١٣-٨
ديوي	٢٩٠٢٣
رقم الإيداع	١٤٣٠/٢٥٥٤
رقم الصنف	٦٠٠١٣٨٥

Title	The Atlas of Religions
Author	Sami A. Al-Maghlouth
Publishing date	2009 G
Edition	Second
Binding	hard cover
Number of pages	684
Subject	Religions - Atlas
ISBN	978-9960-54-713-8
DDC	29023
KFNL Code	1430/2554
Obeikan ID	6001385



نبذة عن الكتاب About This Book

يشكل أطلس الأديان بإخراجه المبتكر وطريقة تبويبه المتميزة إضافة هامة للمكتبة العربية ومختلفة بشكل نوعي عما هو متاح على أرفف المكتبات فهو يجمع بين الموسوعة والأطلس التاريخي حيث يقدم المعلومة مدعمة بالصور والجداول والخرائط على امتداد ٧٢١ صفحة تبحث في الأديان، عقائدها، وطقوسها، وأماكن نشوئها وطرق انتشارها.

يقدم الكتاب بشكل موضوعي وبدون ذكر رأي المؤلف معلومات وافية عن الأديان السماوية من مثل الحنيفية واليهودية والنصرانية والإسلام، وعن الأديان الأخرى كالمجوسية والهندوسية والبوذية والطاوية وغيرها ويعرض تفاصيل طرق العبادة في كل منها من خلال جولات ميدانية قام بها المؤلف ومقابلات أجراها مع رجال دين ومتعبدين من مختلف الأديان والملل.

وقد ارتكز هذا الأطلس على الخريطة الجغرافية ببعديها المكاني والتاريخي إضافة إلى الصورة الفوتوغرافية التي ترسخ المعلومة وتثريها، وتطلب الكتاب سنوات من العمل من أجل إخراجه بالشكل الذي بين أيدينا.

ويختتم الأطلس الأديان بفصل واسع عن الإسلام، أفرد له المؤلف مساحة تليق بمباحثه وتتناسب مع تاريخه وتنسجم مع قيمه الإنسانية الرفيعة.

With its innovated design and unique classification system, the Atlas of Religions adds value to the Arab library. It is totally different from other references on the library shelves and it combines between an encyclopedia and the historic atlas. It provides information supported by pictures, tables and maps. With 721 pages, it offers information on the religions and their beliefs, rituals, emergence places and how they spread.

The atlas provides information in an objective approach without the author's opinion about the divine religions, i.e. Hanifi, Jewish, Christianity, and Islam as well as the positive religions such as Magian, Hindus, Buddhism, Tawi, etc. The author also explains the rites of worship within each religion, which he collected through field visits and interviews with religious men from the various religions.

The Atlas is based on the geographical map in terms of locality and history, in addition to photographs that enhance and enriche the information. Years of hard work were spent to produce this book in its present shape.

The Atlas ends with an articulated chapter about Islam with a large area that coincides with its principles and history and harmonizes with its high human values.









المقدمة التسويقة

- أحد أبرز معايير الحكم على الكتاب
- وأحد مبررات اقتنائه من عدمها
- تكتب في الغالب من قبل المؤلف إلا أنها تحتاج إلى عناية خاصة ومراجعة فاحصة قبل اعتمادها
- ويفضل عرضها على أصحاب اختصاص في كتابة المقدمات وفي التخصص نفسه
- وتعتمد معظم محركات بحث الكتب على النبذة التسويقية والمقدمة في الترويج للكتب
- أمازون، وقوقل، وأثونومي، وقود ريدز




مثال: كتاب: حياة الحيوان الكبرى

الرابط

www.islamicbook.ws/adab/hiat-alhiwan-alkbra-001.html

الحمد لله الذي شرّف نوع الإنسان، بالأصغرين: القلب واللسان، وفضّله على سائر الحيوان بنعمتي المنطق والبيان، ورجّحه بالعقل الذي وزن به قضايا القياس في أحسن ميزان، فأقام على وحدانيته البرهان. أحمده حمدًا يمدنا بمواد الإحسان، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، الذي لا يحرك كنه ذاته بالحدود والرسوم ذوو الأذهان، وأشهد أن سيدنا محمدًا عبده ورسوله المخصوص بالآيات البينات كل البيان، صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه، صلاة وسلامًا يحومان ما دام الملوان، ويبقيان في كل زمان وأوان.
وبعد، فهذا كتاب لم يسألني أحد تصنيفه، ولا كلفت القريحة تأليفه، وإنما دعاني إلى ذلك أنه وقع في بعض الدروس، التي لا مخبأ فيها لعطر بعد عروس، ذكر مالك الحزين والذيخ المنحوس، فحصل في ذلك ما يشبه حرب البسوس، ومزج الصحيح بالسقيم، ولم يفرق بين نسر وظليم، وتحككت العقرب بالأفعى، واستنت الفصال حتى القرعى، وصيروا الأروى مع النعام ترعى، وقضوا باجتماع الحوت والضب قطعًا، واتخذ كل أخلاق الضبع طبعًا، ولبس جلد النمر أهل الإمامة، وتقلدها الجميع طوق الحمامة.
والقوم إخوان وشتى في الشيم ... وقيل في شأنهم: اشتدي زيم
وظن الكبير أنه أصدق من القطا، وأن الصغير كالفاختة غلطا، وصار الشيخ الأفيق، كذات التحيين والمعبد ذو التحقيق كالراجع بخفي حنين، والمقيد كالأشقر تحيراً، والطالب كالحباري تحسرا والمستمع يقول: كل الصيد في جوف الفرا والنقيب كصافر يكرر أطرق كراً، فقلت عند ذلك في بيته يؤتى الحكم، وبإعطاء القوس باريها تتبين الحكم، وفي الرهان سابق الخيل يرى، " وعند الصباح يحمد القوم السرى " واستخرت الله تعالى وهو الكريم المنان، في وضع كتاب في هذا الشان وسميته حياة الحيوان، جعله الله موجبًا للفوز في دار الجنان، ونفع به على مر الأزمان، إنه الرحيم الرحمن، ورتبته على حروف المعجم، ليسهل به من الأسماء ما استعجم.




الألوان التسويقية

يُعدّ هذا المعيار أحد الفنون التي بدأت تنتهجها بعض دور النشر العالمية التي تطبق معايير متقدمة في التسويق

ذلك أن تناسق ألوان الكتاب أو السلسلة

الصور بداخل الكتاب إن وجدت

خلفية الكتاب كذلك

الخطوط الداخلية للكتاب تشكل منعطفًا مهمًّا بالغ الأهمية في التسويق والترويج للكتب

دار النشر giftbooks المتخصصة في كتب الهدايا في بريطانيا باعتماد ألوان وخطوط محددة لكل إصدارات الدار من الكتب

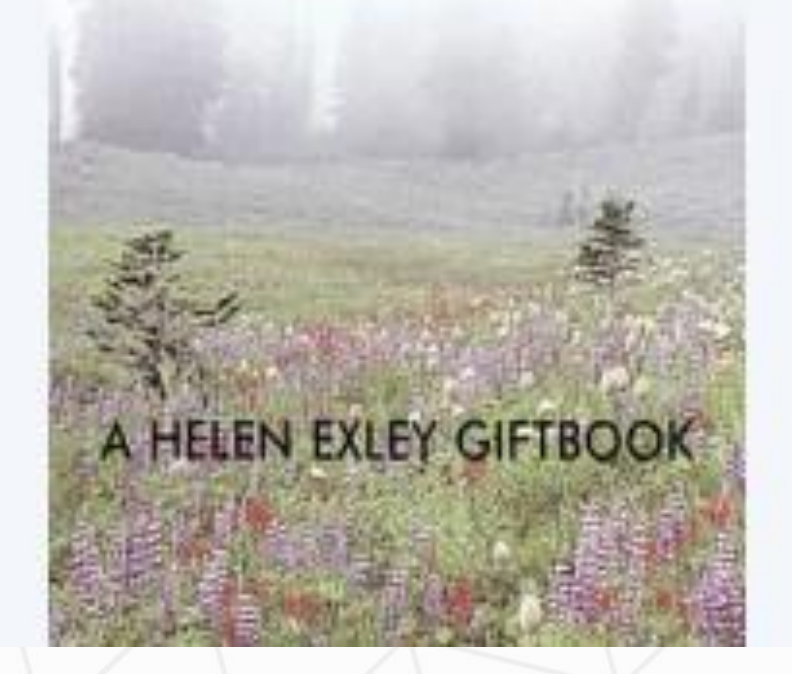
اعتماد معايير قياسية للألوان والخطوط وفق معايير مختلفة بحسب تخصص الكتب ومقاساتها والنطاق الجغرافي للتوزيع





مثال: كتاب Birthday Boy. !

الرابط: http://shop.helenexleygiftbooks.com/giftbooks/series






المقاس التسويقي

يُعدّ المقاس من الأمور التي يجب أن تؤخذ في الحسبان عند تنفيذ تصميم الكتاب

فكتب تطوير الذات مثلاً: لها مقاس معتمد عالميًا وتجاوزه إلى غيره قد يضر بالكتاب من الناحيتين التسويقية وطريقة عرضه على الرف في المتاجر

كذلك كتب الروايات يجب أن تخضع لمقياس محدد يضمن عرضه وتسويقه بشكل إيجابي

والأمر ينطبق على الأطالس وكتب الديكور والطبخ

الابتعاد عن القناعة الشخصية والذوق الخاص

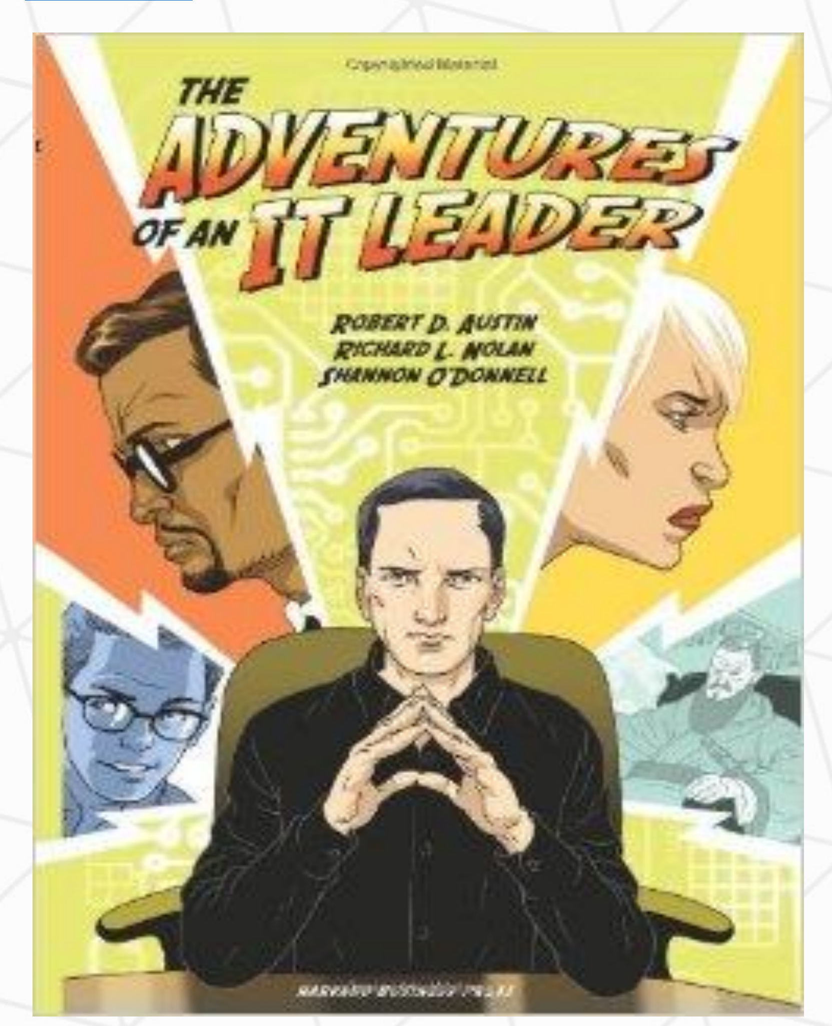
هذان الأمران من أكثر الأمور إزهاقاً لروح الكتاب والحد من ترويجه ونفاذه إلى الأسواق





Adventures of an IT Leader

الرابط: http://hbsp.harvard.edu/list/book-chapters











المحاضرات التسويقية عن الكتب

الكتاب الذي يحظى بحضور إعلامي وبأي شكل من خلال مؤلفه أو غيره، وسواء كان بشكل مباشر أو غير مباشر يسهم بشكل كبير في تسويق الكتاب والترويج له والتعريف به لدى شريحة واسعة من القراء والمهتمين

ويسهم بشكل فاعل في زيادة مبيعات الكتاب على المدى المتوسط والمدى والبعيد

عبر شبكات التواصل الاجتماعي

كتاب سر المعبد

http://www.youtube.com/watch?v=RnQnWvIfOSM










2030 بوابتك لعالم المعرفة Your Gate to Knowledge Universe

حفلات توقيع الكتب

هي احتفالية تقوم بها دار نشر الكتاب فسه ؛ أو مكتبة للتحدث عن الكتاب والتوقيع عليه للقراء

وتُعدّ هذه الطريقة من الأساليب التسويقية والتعريفية الحديثة للكتاب

حيث يرى كثير من القراء أن توقيع المؤلف على الكتاب يزيد من قيمته المعنوية

وإن كثيرًا من القراء يحرصون على حضور هذه الحفلات وشراء نسخة من الكتاب والاحتفاظ بها مع توقيع المؤلف عليها

وذلك يُعدّ إحدى الوسائل الجيدة للتعريف بالكتاب والترويج له

وغالبًا ما يكون هذا للإصدارات الجديدة من الكتب أو الطبعة ذات القيمة المضافة عن الطبعات السابقة





التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي

وهو يعني استخدام تقنيات التسويق التي توفرها الشبكات الاجتماعية المختلفة لزيادة الوعي والمعرفة بالكتب

وتُعد قنوات الإعلام الاجتماعية واحدة من الوسائل الأكثر نموًا في هذا العقد

عدد الزوار إلى مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية سيتجاوز قريبًا عدد الأشخاص الذين يستخدمون محركات البحث

مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك، يوتيوب، لينكدإن، وتويتر، إذا ما استخدمت بشكل صحيح، تسمح لدور النشر والمؤلفين والكتاب لإشهار أنفسهم وكتبهم وكسب الشعبية على شبكة الإنترنت عن طريق استخدام أنواع مختلفة من تقنيات الويب ٢,٠ المتاحة

مثل المدونات والفيديو، ومواقع مشاركة الصور ومواقع مشاركة الروابط الاجتماعية

اتخذ التسويق الاجتماعي النسخة الإلكترونية للتسويق عبر "كلمة الفم" (إن صح التعبير) أو ما يُعرف بـ word of mouth advertising بالإنجليزية. ولذلك، فإن استخدام مثل هذه التقنيات بالطريقة الصحيحة يؤدي إلى المزيد من الزبائن

٥٩ ٪ من مستخدمي الإنترنت يقومون بعمليات الشراء على أساس التوصيات التي وردت من خلال مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية

فإن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية للتسويق أمر يحدث الآن بالفعل. الناس يتحدثون عنك، وعن كتبك، وعن خدماتك، وعن الشركة الخاصة بك، على مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية مثل الفيس بوك

دعنا نقول: إن هناك معرضًا سيحضره ٣٠٠ مليون شخص، وأنا أقمت لك كشكًا مجانًا هل ستأتي؟ أعتقد ذلك. الفيس بوك على سبيل المثال يحتوي على أكثر من ٧٠٠ مليون مشترك، وما زال ينمو بمعدل ٦٠٠،٠٠٠ مستخدم جديد يوميًا. هل يمكن لك أن تستغني عنه؟

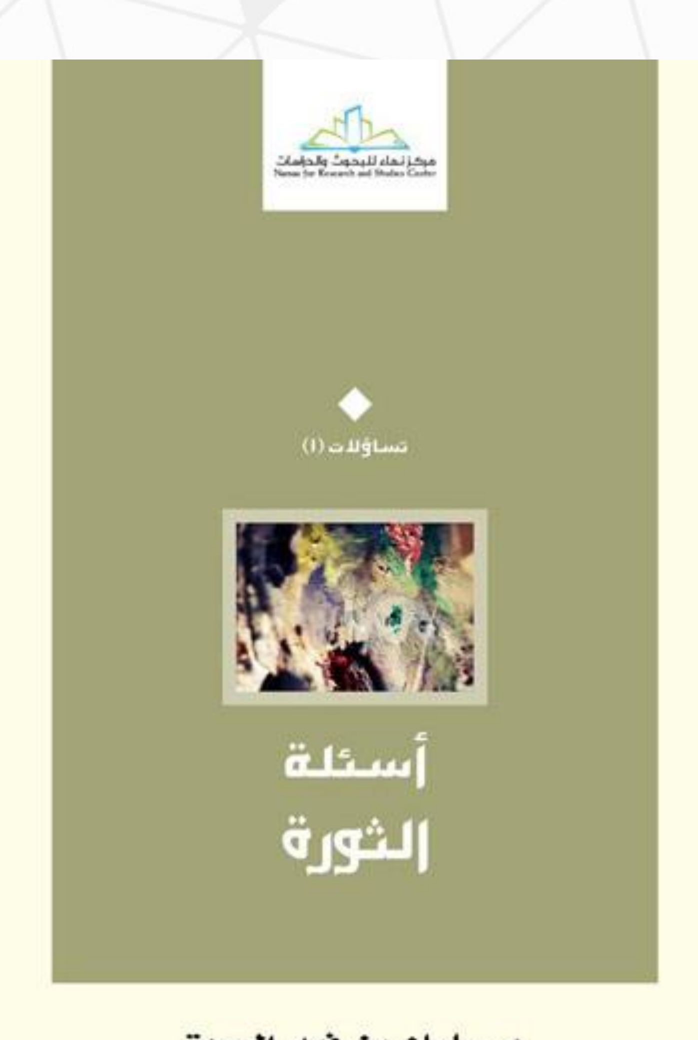




مثال: كتاب أسئلة الثورة.

الرابط:

http://www.goodreads.com/book/show/13516777












2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

التسويق عبر مواقع البيع الإلكتروني بشكل ورقي

تُعدّ هذه الطريقة من أحدث الطرق نسبيًّا في المنطقة العربية

متجرا أمازون وبارنز آند نوبل، ومايعادلهما بالنسخة العربية نيل وفرات وجملون، خير مثال على ذلك

إلا أنه في السنتين الأخيرتين ظهرت بعض المواقع العربية التي تستحق الإشادة، منها ما هو متخصص بالكتب حصرًا، ومنها ما هو عام لجميع المنتجات بما فيها الكتب

ووجود الكتاب ضمن هذه الأسواق والتعريف به يتيح له قدرًا من الانتشار والتسويق والتعريف غير التقليدية

ويوسع من عملية تداول المعلومات والتوصيات الخاصة بالكتاب










مثال: ١٠٠٠ سؤال وجواب في علم الأعشاب.

الروابط: http://www.e-mall.com.sa/arabic/buyer/pages/productdetails.aspx

http://jamalon.com/ar/catalogsearch/result/?q=1000

http://saudi.souq.com/sa-ar

http://www.neelwafurat.com/



التسويق من خلال إتاحة النسخة الإلكترونية

يحتاج القارئ أحيانًا إلى أن يقوم بتلمس الكتاب وتصفحه وتقليبه قبل اتخاذ قرار الشراء، وهذا ما لم ولن يحصل من خلال النسخة الافتراضية أو الورقية عبر الإنترنت

إتاحة ما يقارب من ٢٥ إلى ٣٥% من الكتاب مجانًا عبر كل منافذ التسويق والمواقع الإلكترونية

ما سيساعد على جذب القارئ وزيادة ثقته بالكتاب وسرعة أخذ قرار الشراء

وهذا النهج تتبعه معظم إن لم يكن كل دور النشر والمؤلفين المتابعين لحركة العلاقة بين الكتاب والقارئ وتطورها

بعض المؤلفين قام بإتاحة كتابه بالكامل مجاناً، وفي نهاية الكتاب كتبت العبارة الآتية:

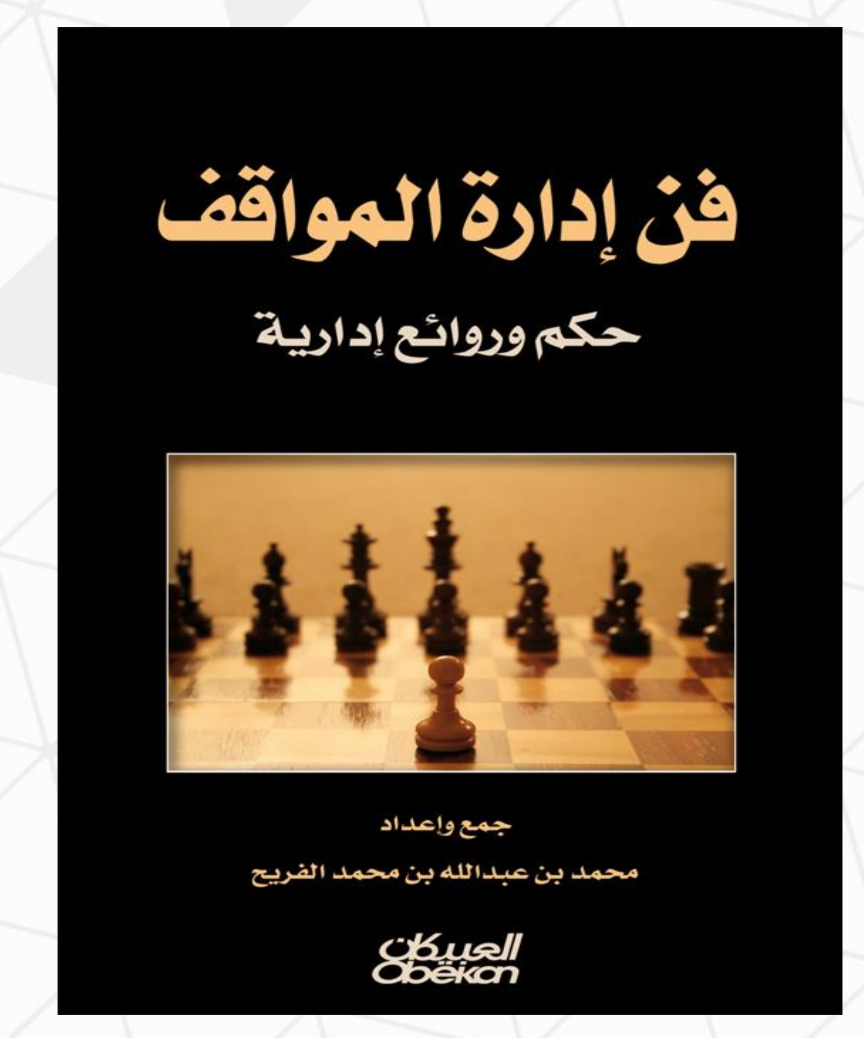
إذا أعجبك الكتاب وأحسست أنه أضاف لك شيئًا، فيمكن المساهمة بدعمه من خلال شراء نسخة ورقية منه

وهناك تجربة شخصية قمت بعملها قبل ٣ سنوات، حيث تمت إتاحة كتاب « فن إدارة المواقف

مثال: كتاب فن إدارة المواقف.

الرابط :

http://www.nooonbooks.com/catalogsearch/resul






التسويق عبر البريد الإلكتروني

هو طريقة تقليدية وغير مبتكرة إلا أنها كثيرًا ما تؤتي ثمارها وبسرعة شديدة وبكلفة قليلة نسبيًّا مع بعض وسائل الترويج الحديثة

الأمر الآخر الأكثر سهولة تعريف من تربطك بهم علاقة من أي نوع بمنتجك، وكتابة ما تريد عن الكتاب بحرية وإضافة بعض المقتطفات عن الكتاب أو جزء منه، إضافة إلى الغلاف مع الرسائل أمر محبب للقارئ، ويزيد من فرص بيع الكتاب والتعريف به وتمريره عبر وسائل الربط الاجتماعي الأخرى

ويمكن القيام بهذه العملية من خلالك شخصيًّا، أي بالاشتراك في بعض مواقع البريد الإلكتروني

أو من خلال شركات تقوم بهذه الخدمة نيابة عن المؤلف أو الناشر

ومن مزايا هذه الخدمة أن النظام الخاص بالرسائل يعطيك تقريرًا مفصلًا بهذه الرسائل، من حيث عدد العناوين المدرجة، وعدد البريد الراجع، وعدد من قاموا بفتح الرسالة، وعدد من قاموا بالضغط على الروابط داخل الرسالة، وهكذا





2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

شركات التسويق عبر البريد الإلكتروني

www.forbesmiddleeast.com

www.clickjordan.net

www.icontact.com/features/email-marketing-solutions

www.gulfsender.com

www.icontact.com/affordable-email-marketing















ونقصد به تحديدًا بعض المواقع العالمية والعربية المتخصصة في تسويق الكتب والتعريف بها بشكل مباشر دون تكاليف على المؤلف أو الناشر أو الموزع

التعريف بالكتاب عبر بعض المواقع المتخصصة في عروض الكتب

وتلقى هذه الطريقة رواجًا وانجذابًا غير مألوف، وتسهم بشكل مباشر في ارتفاع مبيعات الكتاب بشكل غير متحيز ومنهجي، يضع القارئ في حالة تصويب قرار الشراء من عدمه

تسهم بشكل مباشر في ربط المؤلف بالقراء ومحبي الكتاب من خلال هذه المواقع




مواقع عالمية وعربية تقوم بالتعريف المجاني للكتب

http://www.amazon.com/books-used-books

http://www.goodreads.com/

http://authonomy.com/

http://beta.kotob.me/

http://bazaralketab.com/BooksMain.aspx

http://www.neelwafurat.com/browse.aspx?ddmsubject=01&search=books

http://www.alukah.net/Web/khair/

http://www.kutub.info/library

http://www.abjjad.com/

wikibooks.org/wiki/









2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

الروابط التسويقية

هي طريقة حديثة نسبيًا، وتعني وضع البيانات الخاصة بالكتاب والغلاف، وكذلك جزء منه عبر أحد المواقع، ومن ثم إرسال الرابط لشبكة من القراء محددين سلفًا عبر رسائل البريد والواتس أب

وهذه الخدمة يجب أن يديرها المؤلف أو الناشر أو الموزع بنفسه، ولايسمح لأحد بإدارتها؛ نظرًا لخطورة إساءة الاستخدام أو الإزعاج التي قد تنعكس سلبًا على حملات التسويق





2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

حملات BR

وهذه الحملات غالبًا تقوم بها جهات أو أفراد متخصصون لمصلحة المؤلف أو دار النشر أو جهة ما

وتحتاج هذه الطريقة إلى تحديد الجهات المستهدفة وطرق الإعلان وكلفته قبل البدء بالحملة

وهذه الطريقة تؤتي نتائج جيدة للتعريف الأولي بالكتاب فقط،

وهذا يعتمد بشكل أساس على التحرير الجيد للمادة المراد الإعلان عنها

وكذلك اختيار الأوقات والأماكن المناسبة للإعلان

وقد تكون النتائج غير متوقعة من حيث البيع إلا أنها ممتازة من حيث التعريف بالكتاب وإعطاء معلومات تفصيلية عند صدوره




بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

الإتاحة المجانية للكتب

إتاحة الكتاب إلكترونيًا بشكل كامل، إما لمدة مؤقتة أو دائمة

مثالاً حيًا للتسويق والترويج خارج النطاق المألوف

وبدأت هذه الظاهرة في الانتشار عمومًا في الولايات المتحدة من خلال كتاب جون ماكسويل في كتابة التواصل الفعال: كثيرون يتحدثون قليلون يتواصلون، حيث أدت هذه الطريقة إلى ما يأتي:

الترويج الورقي للكتاب بشكل غير متوقع

حصول المؤلف على ٧٠٠٠ تعليق على الكتاب

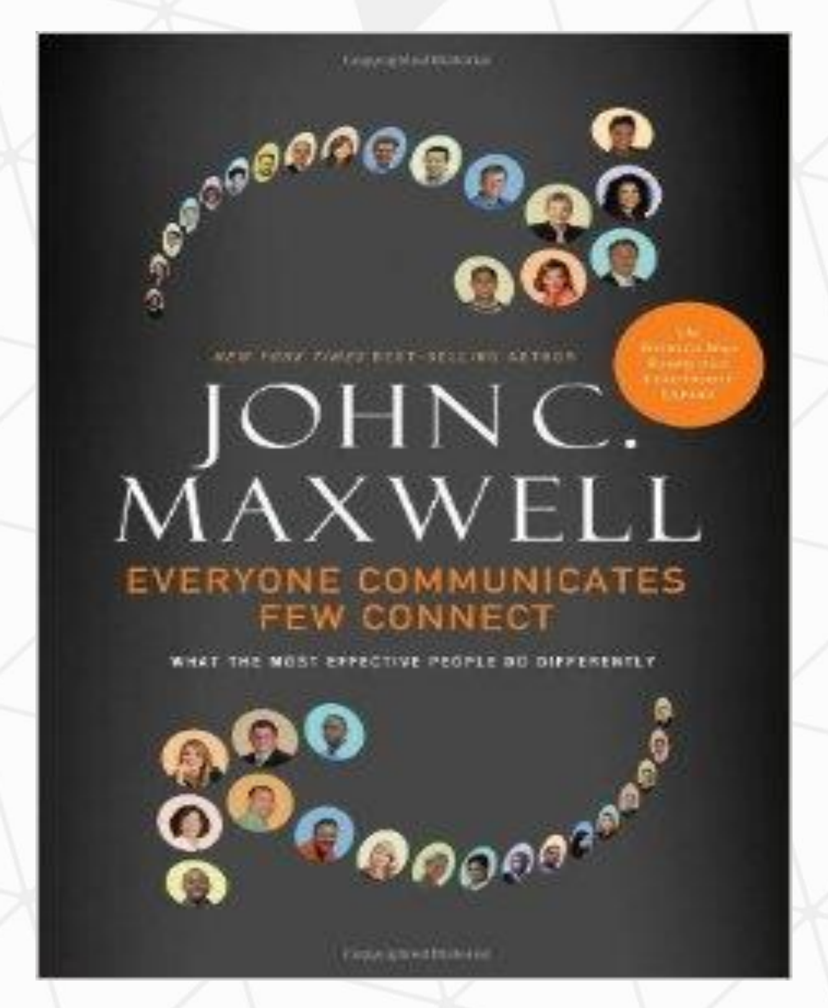
وصول ٣٠٠ نصيحة للمؤلف عن الكتاب، قام بإضافتها للكتاب في نسخته الورقية والإلكترونية اللاحقة

نمو العلاقة الطردية بين المؤلف وقرائه ومحبيه بشكل لافت في ظاهرة بدأت تأخذ في الاتساع في العالم الغربي بشكل متسارع




مثال: Everyone Communicates, Few Connect: What the Most Effective People Do Differently

www.amazon.com/Everyone-Communicates-Few-Connect-Differently



التوزيع المقتن على بعض القطاعات والأفراد

هذه الطريقة تنتهجها بعض دور النشر العالمية وبعض دور النشر العربية والمؤلفين

وهي عبارة عن تخصيص ما يقارب ٦% من عدد النسخ المطبوعة للتوزيع على القطاعات المعنية بموضوع الكتاب

وبعض الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية، وكذلك على بعض الأفراد من أصحاب التخصص

وتطورت هذه الفكرة لاحقًا لتشمل بعض أصحاب الحسابات الكبيرة على شبكات التواصل الاجتماعي، كفيس بوك وتويتر ويوتيوب

وهذه الطريقة أثبتت تجربتها مدى نجاحها من خلال اعتماد بعض دور النشر العربية عليها في المعارض الدولية للكتب ما يساعد على الترويج للكتب والتعريف بها بأنماط تحاكي التغير الحاصل في المعرفة البشرية




<u>مثال:</u> دليل الوالدين في تربية الأطفال الموهوبين

http://www.nooonbooks.com/philosophy-and-related-detective











2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

النشر المتسلسل للكتاب

يُعدّ النشر المتسلسل للكتاب إحدى أدوات التعريف المهمة بالكتاب، وأحد الأساليب المشوقة في جذب انتباه القراء، وغالبًا ما تكون هذه الطريقة عبر الصحف والمجلات الورقية والإلكترونية

وهذه الطريقة، وإن كانت مشهورة ورائجة في العالم الغربي إلا أنها تكاد تكون معدومة في المنطقة العربية

وما يوجد هو مجرد اجتهادات لا تلقى صدى يستحق الذكر، وجدير بالذكر أنه يمكن أن يكون النشر المتسلسل للكتاب قبل نشر الكتاب أو بعده

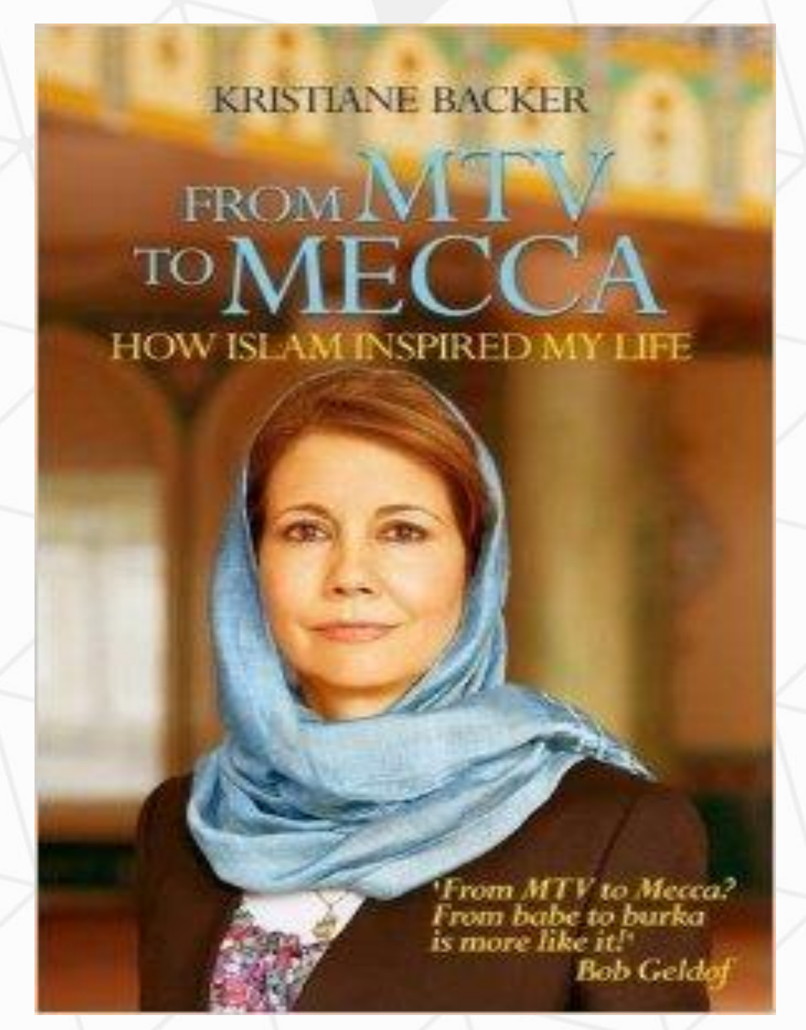








مثال كتاب من إم تي في إلى مكة - المؤلفة : kristiane backer.
http://www.amazon.com/From-MTV-Mecca-Islam-Inspired/dp/1908129816/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1413568991&sr=8-1&keywords=FROM+MTV







SDL_SA SDLKSA SDL_SA SDLKSA



التعريف بالكتاب قبل النشر

صورة الغلاف والنبذة التعريفية

يُعدّ نشر غلاف الكتاب ومعلومات عن قبل صدوره أمرًا مهمًّا لدى كثير من الناشرين الدوليين

من أمثال ميكروهيل وبيرسون وراندوم هاوس وبينجوين وشبرنقير

حيث ترى كثيرًا من المعلومات وصور أغلفة الكتب ونبذة تعريفية عن الكتاب في حدود ٢٠٠ إلي ٣٠٠ كلمة، إضافة إلى بيانات عن المؤلف، وكذلك بيانات تفصيلية عن الكتاب

يحفز على الترويج للكتاب والتسويق له، حتى على مستوى بيع الحقوق للغات أخرى

وذلك من الطبيعي أن ترى كتابًا يوجد له بيانات على موقع أمازون مثلاً، وتفاجأ أن الكتاب سينشر في منتصف ٢٠١٥





2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

الإتاحة عبر المتاجر المشهورة للكتب (أمازون) بوصفه مثالًا

تُعدّ هذه الخدمة التي أطلقت حديثًا للكتب العربية من أهم الوسائل وأبرزها للترويج والانتشار

إذ إن متجر أمازون يُعدّ من دون منازع المرجع الرئيس لشراء الكتب في العالم

ويحتوي الموقع على ما يقارب ٤,٠٠٠,٠٠٠ كتاب بمختلف اللغات ليس من ضمنها العربية إلا قبل سنه من الآن وبشكل لايذكر

وتحرص جميع دور النشر على رفع كتبها وبيعا وتسويقها من خلاله





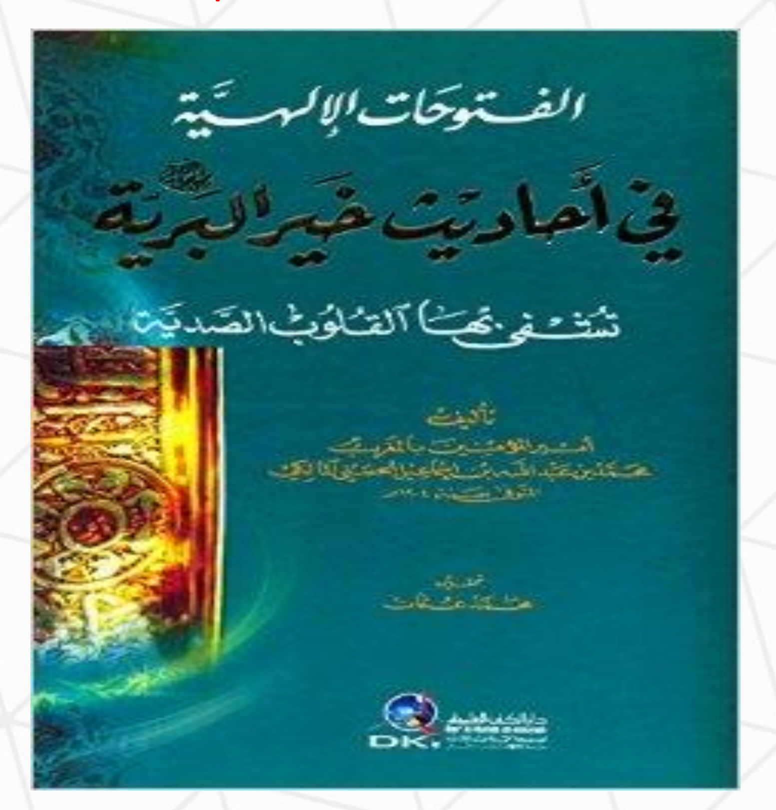








مثال كتاب : الفتوحات الإلهية في أحاديث خير البرية (صلى الله عليه وسلم) تشفى بها القلوب الصدية
http://www.amazon.com/x627-x644-x641-x62A-x648/dp/2745169297











2030 بوابتك لعالم المعرفة Your Gate to Knowledge Universe

الإتاحة المجانية المؤقتة

The Big Four.

http://openlibrary.org/

ولا أدل على هذه النقطة من وصول رابط لي قبل سنه تقريبًا فقط لمكتبة تقوم بإتاحة الكتاب كاملًا مدة أسبوعين مجانًا

ثم تقوم برفعه من الحساب؛ ليقوم القارئ بعد ذلك بشراء الكتاب

إما بنسخته الورقية أو الإلكترونية

وبذلك تكون هذه الطريقة غير مسبوقة في عالم تسويق الكتب والمطبوعات وترويجها عمومًا










التسويق من خلال متاجر الكتب الورقية والرقمية وشبكات مواقع الكتب

وهذه الخدمة مهمة جدًا للقارئ العربي في المنطقة العربية، وغيرها من المناطق التي يوجد بها ناطقون باللغة العربية

ولاتتوافر لديهم معلومات عن الكتب ومراجعاتها

آي مول
http://www.e-mall.com.sa/english/buyer

موقع نيل وفرات
http://www.neelwafurat.com/

موقع جملون
http://jamalon.com/ar/books

http://www.abjjad.com/Book/15445335











2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

التسويق من خلال متاجر الكتب العالمية

موقع كتب مي: تذوق طعم الكتب هذه عبارة عن شبكة اجتماعية عربية للمؤلفين والكتاب، وتتيح خدمة التواصل بين المؤلفين والقراء

http://www.klamtech.com

موقع ماي بوك : يُعدّ من المواقع التي تقوم بتوفير قراءة الكتاب بطريقتين: إما التحميل مباشرة أو القراءة من الموقع، تم وضع إشارة للحماية من الكتب المقرصنة

/http://mybook4u.com

موقع ويكي الكتب: وهو موقع عالمي ومنظمة غير ربحية تهتم بنشر مصادر المعرفة المفتوحة، ويمكن نشر الكتب أو أجزاء منها من خلال الموقع دون تكاليف، يشترطون وجود حماية وحقوق ملكية للكتب

http://ar.wikibooks.org/wiki

موقع أثونومي: التابع لدار هابر كولنز

http://authonomy.com/

موقع بارنز أند نوبل:

موقع كان أساساً لمكتبة تبيع الكتب الورقية، ثم تحوّل إلى مكتبة إلكترونية لبيع الكتب الورقية من خلال الموقع، وكذلك نشر الكتب الإلكترونية وتسويقها

www.barnesandnoble./com

موقع إن كيلينك

موقع متنوع وشائق لرفع الكتب وبيعها والتعريف بها وبالبيانات الوصفية للكتب

https://www.inkling.c/om

https://www.eventsforce.net/bookseller/frontend/reg/thome















2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

الانتشار من خلال المشاركة بجوائز الكتب والبحوث والدراسات

يمثل هذا العنصر عاملاً مهمًا في الترويج للكتب وللعلامة التجارية للمؤلف والناشر على حد سواء، وهي تلقى اهتماماً لدى دور النشر والمؤلفين الغربيين، وتحقق دخلًا جيدًا وتسويقاً مهمًا للطرفين على حد سواء.

جائزة خادم الحرمين الشريفين العالمية للترجمة _ السعودية

http://www.translationaward.org/ar/default.aspx

جائزة حمدان بن راشد آل مكتوم للأداء التعليمي _ الإمارات

http://www.ha.ae/index.php?lang=ar

جائزة وزارة الثقافة والإعلام _ السعودية

http://www.riyadhbookfair.org.sa/Pages/MOCIPrize.aspx

جائزة الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان - الإمارات - ٩ جوائز متنوعة

http://www.zayedaward.ae/portal/ar/default.aspx

جائزة مؤسسة الكويت للتقدم العلمي _ الكويت

http://www.kfas.co/m










2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

التسويق من خلال وكالات بيع حقوق الكتب

- www.bonnierrights.fi
- www.liragency.com
- www.publishondemandglobal.com
- www.pts.com.my
- www.kaynaklicensing.com




طرق عامة ومتنوعة

الإشارات العابرة غير المباشرة عبر بعض البرامج التلفزيونية

نشر بعض التسريبا ت عن الكتاب أو الكاتب

تغريدات متنوعة حول الكتاب

إثارة ضجة إعلامية على الكتاب


SDL
المكتبة الرقمية السعودية
Saudi Digital Library
وزارة التعليم
Ministry of Education
2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe
المكتبة الوطنية
نيل وفرات وجملون للكتب
الإيداع النظامي للكتاب
التسويق من خلال قواعد بيانات الكتب العربية
قواعد بيانات موزعي الكتب العربية
الفهرس العربي الموحد
SDL_SA
SDLKSA
SDL_SA
SDLKSA
sdl.sdu.sa





2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

التسويق من خلال قواعد بيانات الكتب الدولية

- EBCCO
- AMAZON
- GOOGLE BOOK
- INGRAM
- NELSON BOOK DATA
- Ebrary
- OCLC
- SDL















2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

التسويق من خلال محركات البحث الدولية

- http://www.google.com/
- http://www.msn.com/
- http://www.altavista.com/
- http://www.compuserve.com/
- http://www.directhit.com/
- http://www.hotbot.com/















2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe

التسويق من خلال محركات البحث عن الكتب

- http://ebookee.org/search.php
- https://www.scribd.com/
- http://vnuki.org/?f
- http://bookboon.com/
- http://www.freebookspot.es/
- http://www.ebookbusiness.org/













تسوق المؤلفين

- سيرة ذاتية إحترافية
- توضع على الغلاف الخلفي
- موقع إنترنت يضم كل المؤلفات
- النشر عبر مواقع المؤلفين
- النقطة الساخنة
- التسويق اللاصق
- http://authormarketingclub.com/members/member-login/
- http://www.amarketingexpert.com/about-ame/
- http://authormarketingideas.com/about/
- http://authormarketinglive.com/



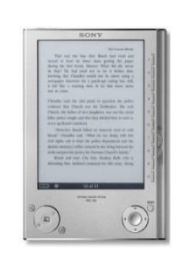






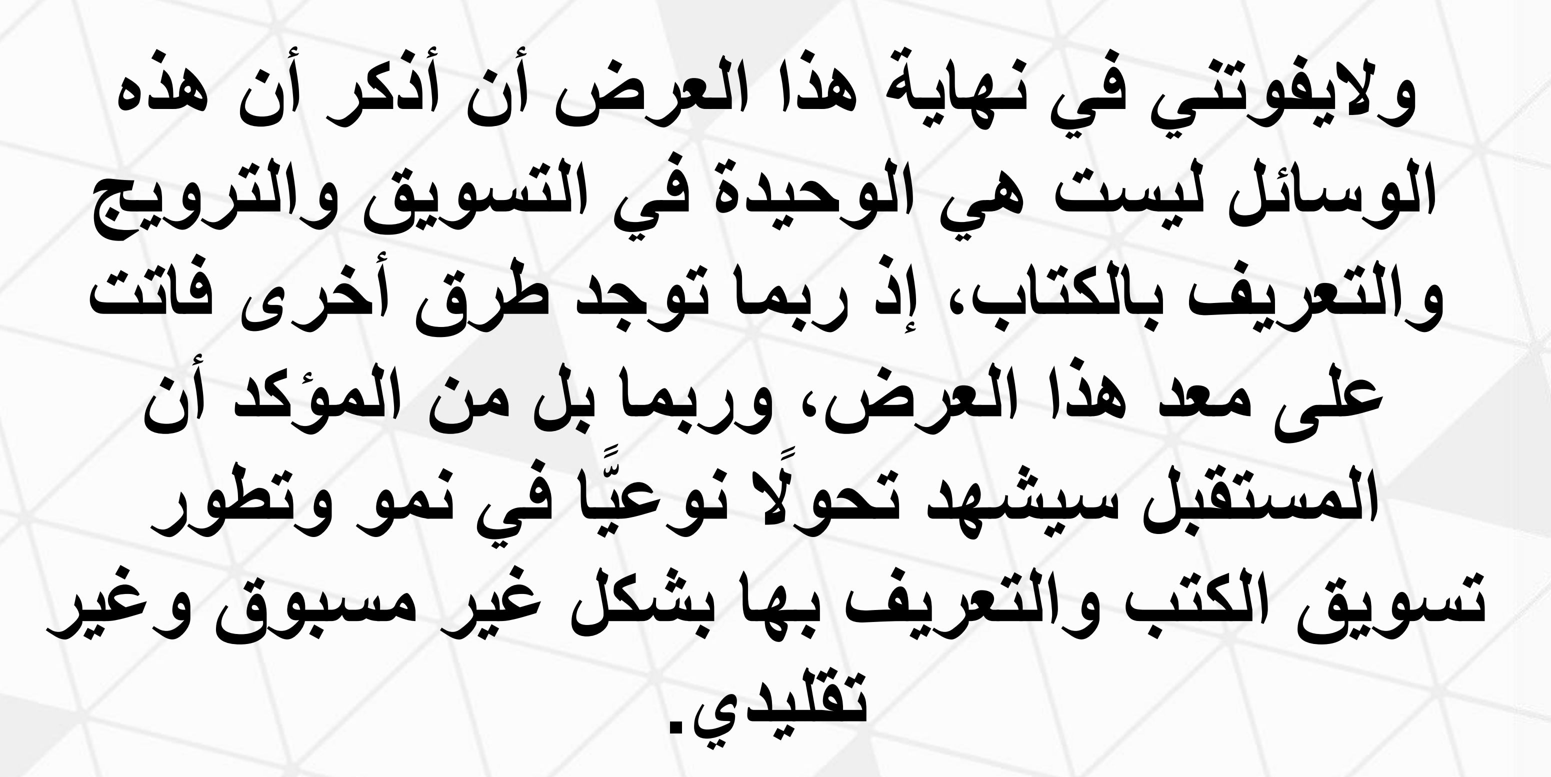
مستقبل توزيع الكتب الإلكترونية
تحدي قوقل







ولايفوتني في نهاية هذا العرض أن أذكر أن هذه الوسائل ليست هي الوحيدة في التسويق والترويج والتعريف بالكتاب، إذ ربما توجد طرق أخرى فاتت على معد هذا العرض، وربما بل من المؤكد أن المستقبل سيشهد تحولًا نوعيًّا في نمو وتطور تسويق الكتب والتعريف بها بشكل غير مسبوق وغير تقليدي.

One Drive





https://onedrive.live.com/redir?resid=D591E77248991261%21109



SDL
المكتبة الرقمية السعودية
Saudi Digital Library
وزارة التعليم
Ministry of Education
2030
بوابتك لعالم المعرفة
Your Gate to Knowledge Universe
http://www.Obeikanpublishing.com
abo_ayaad@gmail.com
@malfriah
للتواصل
http://about.me/malfreih
P.O. Box 67622 Riyadh 11517
https://secure.skype.com/portal/overview
malfriah1
Tel: +966 11 4808654 Ext. 275
https://www.linkedin.com/home?trk=nav_responsive_tab_home
malfriah@obeikan.com.sa
Fax:+966 11 480٨095
SDL_SA
SDLKSA
SDL_SA
SDLKSA
sdl.sdu.sa